

CAN BERNAT



L'Estartit, primers turistes, 1920.

## Torroella-l'Estartit. El turisme i els seus cicles

Lluís Mundet i Cerdan

«Es dona el cas que en èpoques determinades com la que travessem anys ha, el canvi és tan brusc i ràpid, s'alteren els fets amb una velocitat tan inusitada, que la gent té treballs per adaptar-s'hi. Es capgira tot: les maneres d'actuar, de veure i de concebre el món. Abans que la humanitat ho pugui capir, queda transformada completament la manera de viure. Només la Història, a la llarga, veu les coses amb la perspectiva que proporciona el temps, i pot contemplar sense passió el canvi radical que s'ha efectuat.

... Sigui com sigui, s'està morint una època, millor dit, s'ha mort ja, i alhora n'ha aflo-  
rat una altra; les coses es fan velles de seguida i s'han de canviar continuament per tal  
d'adaptar-les al nou ritme vertiginós.»

AUDIVERT, M. (1971): *L'Estartit i les Medes*, pàg. 15-16.

**A**mb l'acabament de l'estiu, s'acosta el moment de fer balanç de la temporada turística 1995, temporada que segons totes les previsions i, prenent com a punt de referència la darrera, hauria de ser històrica. De moment les primeres valoracions que s'han fet es mostren molt cauteloses o, fins i tot, no amaguen certes dosis de desengany. Així, l'editorial del diari *El Punt*, del dia 12 d'agost, amb el títol «El turisme ha tocat

sostre», posava de manifest un sentiment que es comença a generalitzar entre molts professionals, analistes i estudiosos del sector. La mateixa Generalitat admet que el juliol es van rebre menys turistes dels que s'esperaven (concretament, un sis per cent menys). Què està succeint? La devaluació de la pesseta ha convertit la nostra oferta en molt competitiva (econòmicament parlant), el conflicte bèl·lic dels Balcans ha reduït a zero l'oferta de la cosa dàlmata, a l'exlugo-slàvia. Els atemptats fonamentalistes islà-



L'Estartit, vista general des del port actual, 1916

mics han liquidat el turisme a Algèria i fet disminuir sensiblement el d'Egipte. En definitiva, es pot dir que les nostres destinacions turístiques quasi no tenen competidors a la Mediterrània.

Tot i que les previsions oficials apuntaven a uns nivells d'ocupació que fins ara no s'han complert, els volums assolits (superiors al 80%) no es poden qualificar de dolents, ni molt menys! Seria necessari, però, començar a fer algunes consideracions:

— Catalunya, la Costa Brava, ha d'optar per augmentar el volum de despesa per turista, més que per augmentar-ne el nombre total, cosa que sembla difícil de superar, si tenim en compte el nivell a què hem arribat. L'última temporada ens van visitar 16 milions de turistes, quantitat que pot arribar a marejar i, més, si la comparem, per exemple, amb els aproximadament «només» 600.000 que durant el mateix període van visitar l'illa caribenya de Cuba.

— Si establíssim un hipotètic cicle d'evolució d'una àrea turística, cosa que s'acostuma a fer per analitzar d'on venim, on estem i, salvant determinismes, veure quin futur ens espera, ens trobaríem que moltes localitats turístiques catalanes, sobretot les especialitzades en el segment de sol i platja, estan molt consolidades, han entrat en un període d'estancament i, fins i tot, han vist disminuir el seu nombre de visitants, quan el context no feia preveure una cosa així.

Potser s'ha estudiat massa la influència que determinats factors externs, com la cotització de la moneda, el paper dels *tour operators* o el preu dels carburants, exerceixen sobre una localitat turística, sense considerar d'altres factors interns de la pròpia destinació. Caldria, potser, estudiar-la com un territori, un «lloc» que, com un ésser viu, passa per diferents estadis evolutius: exploració, implicació, desenvolupament, consolidació i estancament, període que segons les mesures o manca de mesures adoptades ens conduirà a un reviscolament o declivi de la localitat com a destinació turística.

Aquest article pretén analitzar, des d'un altre vessant que el purament quantitatiu dels milions de turistes que ens han visitat, i utilitzar la teoria del cicle de vida d'un producte aplicat a les destinacions turístiques (desenvolupada pel geògraf canadenc, R. W. BUTLER, l'any 1980), la situació turística actual de les nostres comarques. Per fer-ho i, conscient de la seva diversitat i del perill de fer generalitzacions, em centraré en el cas de Torroella de Montgrí-L'Estartit, cas que ens pot servir per veure d'on venim, on estem, on podem anar i cap on ens caldria anar en el turisme. Parafraçant la cita introductòria, «s'està morint una època, millor dit, s'ha mort ja», l'època de valorar les temporades turístiques pel nombre, sempre en augment, de turistes que ens visiten s'està acabant.

Caldrà canviar moltes mentalitats i estructures per començar a pensar més en qualitat que en quantitat, més en el volum d'ingressos que ens deixa el turisme, que en el nombre de visitants, més en un model de turisme sostenible, que no hipotequi l'esdevenidor de les futures generacions.

### Un possible model d'evolució d'una localitat turística

El model d'evolució turística més àmpliament citat és, sense cap mena de dubte, el cicle de vida del producte, que en màrqueting s'aplica als béns de consum, i que Richard W. BUTLER va traslladar a l'anàlisi de les destinacions turístiques. Segons la seva teoria, l'evolució d'una localitat turística es podria dividir en una sèrie d'etapes, tal com es pot veure en el gràfic que reprodueix un hipotètic cicle d'evolució d'una àrea turística.

En la primera etapa, un nombre petit de turistes s'aventuren en l'indret, amb ganes de provar i experimentar coses i sensacions noves, atrets per les seves característiques naturals i culturals, és l'Etapa d'Exploració. No hi ha cap tipus d'infraestructura turística i el turisme té un impacte econòmic i social mínim. El poeta Josep Massó i VENTÓS, en un article reproduït al diari de l'Ateneu de Torroella de Montgrí, l'octubre de 1918, exemplificava, pel cas de L'Estartit, aquest precís moment.

«... Ara com ara, la futura platja de moda és molt lluny. El nom de L'Estartit és ignorat de la major part dels catalans. Els forasters tenim el dret d'anar vestits amb la mateixa simplicitat paradisiàca dels pescadors, sense que ningú ho trobi malament. I, per gaudir de l'espectacle de les nits d'istiu sobre la mar en calma, serem només que dues o tres parelles esteses sobre la sorra finíssima, mentre al lluny dormirà plàcidament el poble blanc arran de la muntanya on s'adrecen les pinedes tendres sobre la feredat dels penya-segats.»

A mesura que augmenta el nombre de turistes, alguns residents comencen a interessar-se pel turisme, iniciant l'Etapa d'Implicació, en la qual fan la seva aparició una sèrie de serveis i d'allotjaments orientats ja en forma específica cap als turistes. Ens trobem també amb els inicis de la publicitat per captar turistes, i l'aparició d'una temporada i d'un mercat turístic específic per aquella localitat. Comencen també a fer la seva aparició les pressions sobre

les autoritats per millorar les infraestructures. Seria la situació de la Costa Brava durant els anys cinquanta, quan es va produir el *take off* o enlairament del fenomen turístic i que la geògrafa francesa Yvette BARBAZA va saber il·lustrar molt bé en el seu llibre *El paisatge humà de la Costa Brava*.

«De manera que l'esplèndid aïllament que deixava en mans d'uns quants privilegiats la il·lusió de posseir la Costa Brava, només va durar fins als anys 1948-1950. Els avenços paral·lels de la circulació per carretera i del turisme popular havien de trencar-lo inevitablement. Amb lentitud a l'inici, a penes visible, l'onada de turistes esdevingué cada cop més gran, ràpida, invasora, i caigué damunt els petits pobles, els ports oblidats, les cales perdudes entre l'abandó dels massissos. D'entrada fou la curiositat, l'atzar del viatge; l'elecció expressa a continuació... Al principi van venir espontàniament, quan no hi havia res previst per al seu allotjament. Les agències van arribar després. El ritme d'instal·lació d'equipaments seguí el flux turístic. D'aquí ve la seva naturalesa desigual segons les estacions. La instal·lació de tot aquest sistema d'acolliment i de serveis es va produir d'acord amb les característiques –quantitatives i qualitatives– d'una clientela turística prèviament coneguda.»

(BARBAZA, vol. II, pàg. 271)

Els turistes de l'Estartit al començament dels 50 eren un grup format, en la seva majoria, per anglesos *upper-middle class*, gent –segons professionals del sector– molt més interessant que els turistes actuals; tenien ganes de descobrir un país, integrar-se en la seva vida i amb la seva gent. La temporada començava al juny, mes en el qual l'*overbooking* ja era habitual, i els hotels s'emplenaven fins al 21 de setembre.

S'arriba a la pèrdua de control sobre el fenomen turístic per part de la població autòctona, el que ens situa en l'Estadi de Desenvolupament. Els equipaments turístics inicials són substituïts per instal·lacions més grans i modernes, que s'acomoden més als interessos dels *tour operators*. S'explotaran d'una forma més sistemàtica els recursos naturals i culturals de la zona, i es produiran canvis físics visibles que començaran a ser contestats per una part de la població local. El nombre de turistes en temporada alta excedirà el nombre d'habitants permanents, els quals hauran de recórrer a mà d'obra d'altres regions o països per poder oferir tots els serveis que el turisme demanda. El tipus de turista que arriba també ha canviat, en ampliar-se el mercat origen. Serà necessària una implicació a nivell



LUIS MUNDET

L'Estartit, vaixells d'excursions marítimes, 1994.

regional i fins i tot nacional en el fenomen turístic, cosa que comportarà que moltes vegades les opinions de la població local siguin menystingudes, «en favor del bé general del país». Aquest període correspondria per al turisme de Catalunya i la Costa Brava als anys 1960-73 (CALS, 1985), quan varen començar a arribar els vols *charter* (l'aeroport Girona-Costa Brava es posa en funcionament l'any 1968). Precisament, aquest aeroport ja va ser molt criticat llavors per la potenciació que significava d'un turisme barat i de poca qualitat.

També al final dels anys seixanta comença la construcció de l'autopista Barcelona-la Jonquera, que s'inaugurà a mitjan la dècada dels setanta. Aquesta autopista ha tingut una gran importància per al desenvolupament del turisme a la Costa Brava, en connectar-la a la xarxa d'autopistes europea, facilitant a la vegada el seu accés des de l'àrea metropolitana de Barcelona, cosa que s'ha traduït en un augment del nombre de segones residències propietat de barcelonins.

Els mateixos empresaris del sector, per tal de poder finançar la construcció de la nova planta hotelera, de dimensions més grans, amb uns serveis estandarditzats (i per tant, tota ella, molt més impersonal), rebien dels *tour operators* crèdits a càrrec de l'allotjament futur dels grups de turistes contractats entre ambdues parts, anomenats

acomptes, amb el que això significava, de pèrdua de llibertat a l'hora de fixar els preus o buscar nous mercats.

El percentatge d'increment en el nombre de turistes comença a disminuir, tot i que el nombre total continua augmentant, entrem a l'Etapa de Consolidació. L'economia de la zona, a aquestes alçades, estarà totalment lligada al turisme. Comencen a fer aparició conflictes entre els diferents usos del sòl: usos turístics *versus* usos agraris, per exemple, en la repartició d'un bé tan escàs com és l'aigua en zones mediterrànies. Aquesta etapa és seguida de molt a prop per la següent, el Període d'Estancament. S'ha assolit el nombre màxim de visitants, sobran places i s'hauran de fer esforços, cada cop més importants, per mantenir els nivells anteriors d'ocupació. Els nivells òptims de càrrega social, ecològica i econòmica de la zona han estat en gran part depassats. La localitat tindrà ja una imatge consolidada que es divorcia del seu entorn geogràfic i haurà perdut la seva capacitat d'atracció inicial. El mateix Butler, ens cita la Costa Brava com a exemple d'aquest estadi!

«The Costa Brava resorts of Spain and many cottage resorts in Ontario manifest these characteristics.»

(BUTLER, pàg. 9)

La localitat no es veurà capaç de competir amb les destinacions turístiques més noves, la seva capacitat d'atracció anirà disminuint, i també la



Panorama de l'Estartit i les Medes, anys 20.

mida dels seus mercats origen i el volum de turistes que hi arriben. És l'Etapa de Declivi en què la localitat només serà visitada els caps de setmana o en excursions d'un dia. Els hotels iniciaran la seva reconversió en residències de repòs per a la tercera edat o en apartaments. En última instància la localitat pot perdre fins i tot la seva funció turística. També és possible que en lloc d'un declivi, ens trobem amb una nova Etapa de Rejuveniment, en la qual només s'entraria després d'un canvi dels factors d'atracció sobre els quals s'havia fonamentat anteriorment el turisme. La trajectòria de la corba, un cop s'ha assolit el període d'estancament, dependrà de les mesures que es prenguin.

El terme municipal de Torroella-l'Estartit, a partir de les etapes anteriorment esmentades, es trobaria en aquests moments en l'etapa d'estancament. Conscients d'aquesta situació en què es trobava el seu model turístic, centrat exclusivament en el sol i platja, que va entrar en crisi al final dels vuitanta amb la davallada del turisme anglès, va optar per diversificar i diferenciar la seva oferta, i potenciar les illes Medes i un nou turisme com és el submarinisme.

Els resultats han estat molt positius i s'ha assolit una diversificació de l'oferta turística que, tal com es desprèn de la taula, s'ha traduït en un important impacte econòmic sobre la localitat.

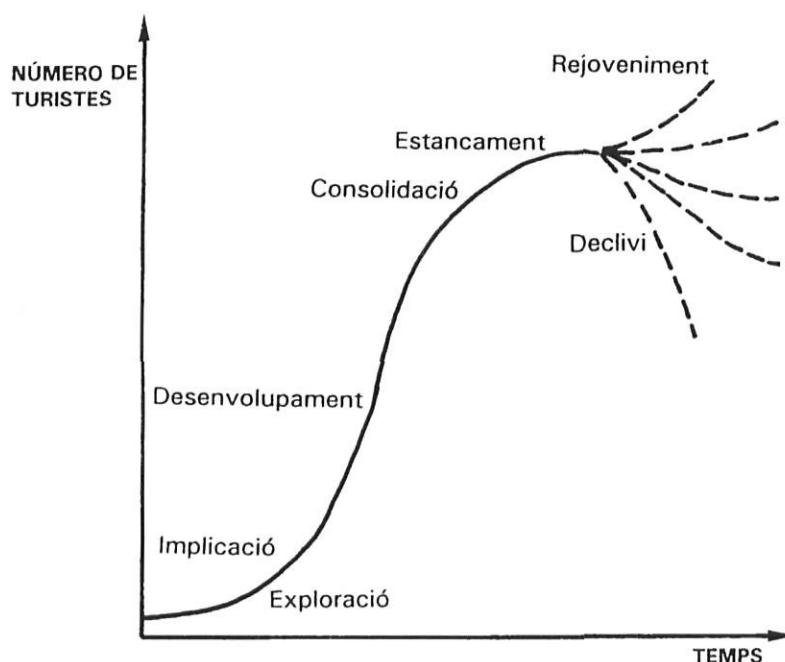
En l'actualitat a l'Estartit ens trobem amb 7 centres de busseig (a Catalunya, n'hi ha un total de 27 reconeguts per la Generalitat) que disposen de 12 embarcacions, s'han creat un important nombre de llocs de treball i han fet aparició nous segments de demanda turística amb una elevada fidelitat. La temporada s'ha allargat ja

que els submarinistes vénen durant els mesos d'abril-maig, setembre-octubre i, potser el més important, s'ha millorat la imatge turística. L'Estartit i les illes Medes s'han convertit en un element habitual en els mitjans de comunicació; a tall anecdòtic, els serveis meteorològics de TV3 han instal·lat una càmera al cim de la muntanya de Rocamaura, convertint en habitual la imatge de l'Estartit i les illes Medes al fons en la sobretaula de moltes llars catalanes. En definitiva, s'ha personalitzat el producte turístic Estartit, amb el valor afegit que s'ha assolit utilitzant el reclam d'un parc natural marí, amb un elevat contingut ecològic.

[Vegeu quadre sobre l'Impacte econòmic del Parc Natural de les Illes Medes, 1994].

Evidentment aquesta allau de submarinistes, que en el termini de pocs anys han descobert les illes Medes, ha posat en perill la capacitat de càrrega d'aquestes illes, cosa que ha portat a restringir el nombre màxim d'immersions per dia, dels 800 inicials als 450 actuals, per tal de no posar en perill l'equilibri ecològic de les illes, el que ha originat tensions entre els centres d'immersió i els responsables de fer el seguiment i valoració de l'estat de salut

#### UN HIPOTÈTIC CICLE D'EVOLUCIÓ D'UNA ÀREA TURÍSTICA.



Font: BUTLER, R. W. (1980): "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources", *Canadian Geographer*, núm. 24, pàg. 7.

de les illes. El problema rau en trobar un punt d'equilibri, que serveixi per demostrar que no sempre un impacte sobre el medi ha de portar associat un conflicte i que un model de turisme sostenible no és solament viable sinó que a més a més és el desitjable per assolir un flux d'ingressos, potser no tan espectacular com alguns voldrien, però sí d'una forma molt més regular, i el més important, més sostinguda en el temps i sense comprometre el nostre entorn.

### Conclusions

Tal com diu el geògraf Joan NOGUÉ, «el paisatge és un recurs turístic més, com ho podrien ser els hotels, apartaments, càmpings...» de fet podríem fins i tot considerar el paisatge com a la primera destinació turística.

Si hem considerat el paisatge com un recurs més, caldrà aplicar-li també uns criteris de gestió, tenint sempre present que és un recurs més fràgil que la resta perquè un cop fet malbé la seva recuperació resulta molt costosa o impossible. No hem d'oblidar que va ser la qualitat estètica del paisatge de la Costa Brava el que va motivar la seva elecció com a destinació turística d'artistes com Marc Chagall, Salvador Dalí, Ava Gardner... i dels primers turistes, aquells que segons la teoria del cicle de vida van actuar com a exploradors d'unes destinacions que



Panorama de l'Estartit i les Medes, 1994.

amb el temps s'han anat consolidant, estancant-se moltes i entrant en declivi algunes d'elles.

L'exemple de Torroella-l'Estartit ens ha de servir per veure com cal repensar el territori, com és possible convertir el que era un «niu de mala gent dedicada al pillatge, una «espe lunca de lladres» (AUDIVERT, pàg. 23), és a dir les Medes, en un centre d'atracció per a noves formes de turisme. Cal ser conscients que el paisatge és el recurs turístic més important perquè és

el més delicat, és per això que la seva gestió esdevé tan complicada i, ensems, tan important. De la seva conservació en dependrà la possibilitat de preservar la funció turística de moltes de les nostres localitats i atraure nous visitants a partir de fórmules i idees que donin altres usos turístics al territori sense comprometre el seu esdevenidor.

Lluís Mundet i Cerdan és professor i membre del Grup d'Estudis Turístics (GET) de la Unitat de Geografia de la UdG.

### Impacte econòmic del Parc Natural de les Illes Medes, 1994

Turisme subaquàtic		7 centres de busseig amb 12 embarcacions	
	Núm. immersions	Milions de ptes.	
Immersiones àrea protegida	51.000	135	
Immersiones exterior àrea protegida	18.000	45	
Estada i allotjament dels submarinistes		150	
Total turisme subaquàtic		330	
Excursions marítimes		19 embarcacions d'excursions	
Més de 200.000 viatgers/any		350	
Turisme escolar		2 centres per a la recepció d'escoles i col·lectius amb programes d'educació ambiental centrats a les illes Medes.	
Creació de llocs de treball		80-100 llocs de treball amb remuneració i qualificació elevada: professionals del busseig, navegació i educació ambiental.	

FONT: JOSEP CAPELLA, DIRECTOR DE L'OFICINA DE TURISME DE TORROELLA-L'ESTARTIT.

### Bibliografia

- AUDIVERT, M. (1971): *L'Estartit i les Medes*, Granollers. Ed. Montblanc Martín.
- BARBAZA, Y. (1966): *Le paysage humain de la Costa Brava*, París, Armand Colin (trad. cat., El paisatge humà de la Costa Brava, Barcelona, ed. 62, 1988).
- BUTLER, R. W. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources», *Canadian Geographer*, núm. 24, pàg. 5-12.
- CALS, J. (1985). «El turisme i la segona residència». *Història Econòmica de Catalunya Contemporània*. Volum 6è, pàg. 313-343.
- NOGUÉ, J. (1989): «Paisaje y turismo», *Estudios Turísticos*, núm. 103, pàg. 35-45.
- NOGUÉ, J. (1992): «Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio», *Estudios Turísticos*, núm. 115, pàg. 45-54.

—Vull fer constar el meu agraïment al fotògraf de Torroella de Montgrí Jaume Bosch i els propietaris del bar «Can Bernat» de l'Estartit, per haver-me proporcionat i autoritzat la publicació de les fotografies de l'Estartit del principi de segle.